Selon une nouvelle recherche de la Cass Business School (City University of London), la technologie mobile modifie la façon de percevoir le monde extérieur par les utilisateurs de portables en fonction de la durée de charge de la batterie de leur smartphone et la possibilité de le recharger.

Les chercheurs affirment que les icônes de batterie sur les téléphones mobiles définissent aujourd'hui la manière dont ses utilisateurs perçoivent le temps et l'espace. L'étude démontre parallèlement comment les pratiques de conservation de la charge façonnent l'identité des propriétaires.

Pour arriver à cette conclusion, les chercheurs ont étudié les habitudes des Londoniens lors de leurs déplacements quotidiens dans le métro et ont constaté que ces derniers évaluaient leur trajet en termes de temps et de distance entre les points de recharge de leur téléphone mobile.

"Les gens ne pensent plus à leur trajet en terme de nombre de kilomètres ou d'arrêts de métro. Ils pensent qu'il ne leur reste que 50 % de la batterie pour arriver à la destination finale", constate Thomas Robinson, l'auteur principal de l'étude et le maître de conférence en marketing à Cass Business School.

"Au cours des divers entretiens, les participants à l'étude ont évoqué à quel point, l'indicateur d'une batterie chargée à 100 % leur procurait une sensation de bonheur, en leur donnant l'impression qu'ils pouvaient aller n'importe où, ou faire tout ce qu'ils voulaient. Cependant, un appareil mobile chargé moins que la moitié provoquait chez eux des sentiments d'anxiété et d'inconfort très prononcés", ajoute Thomas Robinson.

L'un des participants à l'étude a décrit l'expérience qu'il a vécu en regardant l'icône de sa batterie tout au long de la journée : «Super, ma batterie, elle est pleine, je suis prêt pour la journée» ; «Avec une batterie à moitié chargée, je suis un peu stressé» ; « La batterie est descendue à moins 30 % et cela ne m'amuse plus du tout".

Comme les téléphones mobiles sont désormais bien plus que de simples moyens de communication - ce sont des cartes pour se repérer dans la ville, des portefeuilles, des moyens de divertissement, des agendas, des accès à des services de banque, des compteurs de pas – la charge des icônes de batterie est désormais très étroitement liée à de nombreuses activités sociales et économiques des individus.

Le smartphone définit l'identité

La gestion des niveaux de batterie structure les activités quotidiennes des gens – que ce soit une dispute pour savoir qui peut recharger son appareil à côté du lit, ou une décision quant à l'endroit où faire ses courses afin d'accéder à une borne de recharge de téléphone la plus proche.

L'étude a révélé que cette «dépendance aux téléphones» signifie que les individus construisent leur identité et leurs relations avec d'autres personnes à travers la possibilité de maintenir leur batterie de portable pleine.

Les personnes interrogées qui surveillent leur batterie et prennent des mesures pour maintenir le niveau de sa charge élevé s'identifient eux même comme : "maniaques et obsédés", "planificateurs" et "compulsifs".

Les personnes qui laissent régulièrement leur batterie de téléphone se vider ont été désignées comme "désorganisés" et "négligents".

"Nous avons constaté que les gens qui laissent leur téléphone se décharger sont considérés par les autres comme déconnectés de la norme sociale et donc incapables d'être des membres utiles de la société ", souligne Thomas Robinson de la Cass Business School.

"Les téléphones portables sont devenus un tel point névralgique de tout ce que nous faisons qu'une incapacité à gérer efficacement l'autonomie de la batterie devient le symbole d'une incapacité à gérer sa vie», conclue le chercheur.

L’article «Portable Technology and Multi-Domain Energy Consumption» sera prochainement publié dans la revue «Marketing Theory».